

**REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG  
INSPIRATIF SEKALI**

**(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

**Desy Nur Fatimah**

**18.96.0636**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG  
INSPIRATIF SEKALI**

**(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

**Desy Nur Fatimah**

**18.96.0636**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**REPRESENTASI KEKEGIGHAN DALAM IKLAN GOJEK  
VERSI OTOG INSPIRATIF SEKALI  
(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Desy Nur Fatimah**

**18.96.0636**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 10 Februari 2023

**Dosen Pembimbing**

**Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom**

**NIK. 190302437**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG**  
**INSPIRATIF SEKALI**  
**(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Desy Nur Fatimah**

**18.96.0636**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 24 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

**Rivga Agusta, S.IP., MA**

**NIK. 190302319**

**Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302445**

**Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.**

**NIK. 190302476**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 24 Maret 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain yang memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Februari 2023



Desy Nur Fatimah

NIM. 18.96.0636

## MOTTO

“Get up, stand up, don’t give up the fight!”

(Bob Marley – Get Up, Stand Up)

“Don’t insult someone who is inferior to you, because everything has its own strong points”

(Al-Mahfudzot)



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, dengan telah selesainya skripsi ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta mendoakan untuk kelancaran penulis dalam mengerjakan skripsi.
2. Adik yang selalu memberikan dukungan.
3. Dosen pembimbing, Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom yang telah sabar dan menyempatkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman – teman dan orang – orang terdekat penulis serta semua teman 18 IK 04 yang telah memberikan dukungan dan berjuang bersama dari awal.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG INSPIRATIF SEKALI (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)**” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dalam proses pengerjaan skripsi.
5. Bapak Wagiya, Ibu Winarti, dan Adik M. Yusuf Nurhidayat yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman dan orang terdekat yang setia menemani dan memberikan semangat selama pengerjaan skripsi.

Yogyakarta, 22 Februari 2023

Desy Nur Fatimah

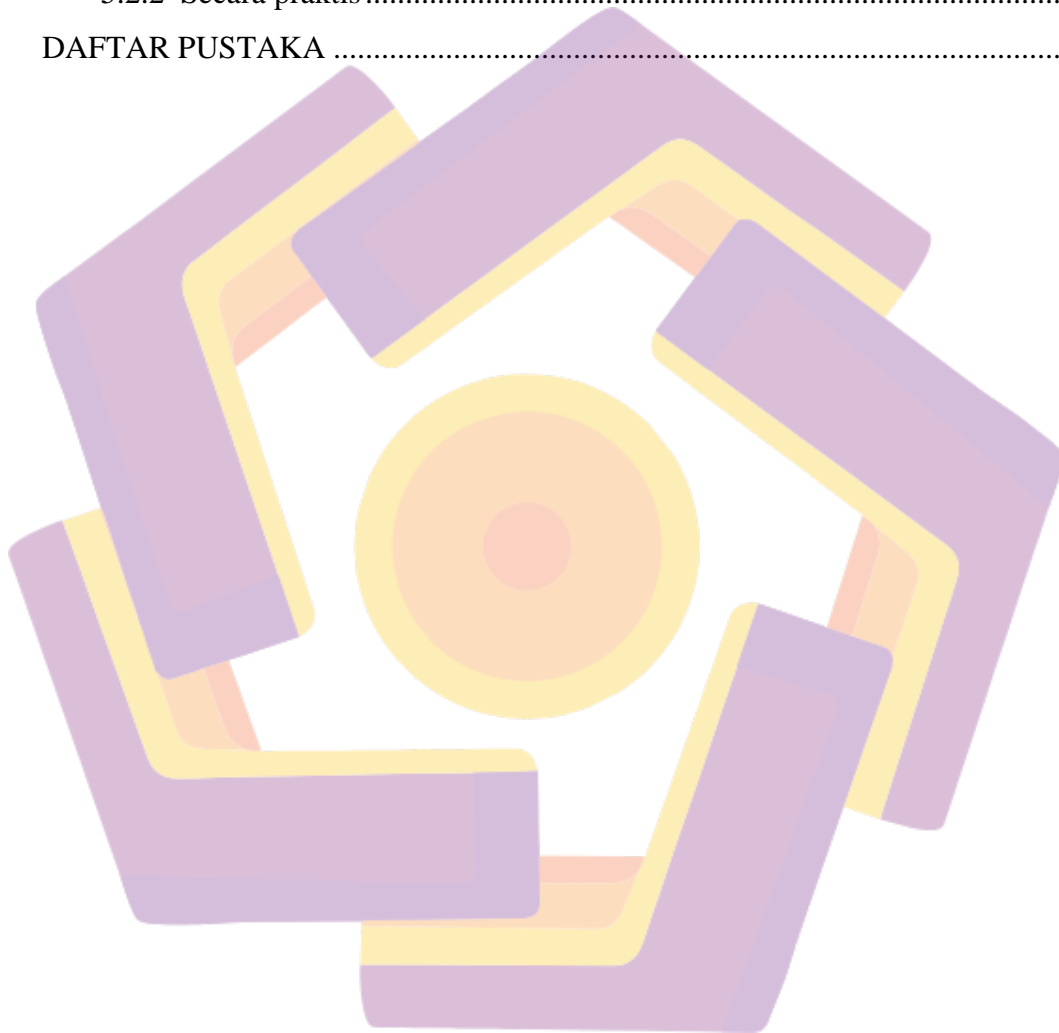


## DAFTAR ISI

REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG INSPIRATIF SEKALI .....	i
REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG INSPIRATIF SEKALI .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
1.6 Sistematika Bab .....	8
BAB II .....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Instagram .....	13
2.2.2 Semiotika (Ferdinand De Saussure) .....	14

2.2.3 Representasi .....	17
2.2.4 Kegigihan .....	19
2.2.5 Iklan Ototog inspiratif sekali.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	21
BAB III.....	22
METODOLOGI PENELITIAN .....	22
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.1.1 Jenis Penelitian.....	22
3.1.2 Paradigma Penelitian .....	23
3.2 Objek Penelitian .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3.1 Sumber data primer.....	24
3.3.2 Sumber data sekunder .....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.4.1 Observasi.....	24
3.4.2 Dokumentasi .....	25
3.6 Teknik Analisis Data .....	25
3.6.1 Reduksi data.....	25
3.6.2 Penyajian data .....	25
3.6.3 Penarikan kesimpulan .....	25
3.7 Triangulasi .....	26
BAB IV .....	27
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	27
4.1 Hasil .....	27
4.1.1 Gambaran umum iklan “Otog inspiratif sekali” .....	27
4.1.2 Karakter dalam iklan Gojek versi Otog inspiratif sekali .....	28
4.1.3 kegigihan dalam menuntut ilmu.....	29
4.1.4 Kegigihan dalam mempertahankan ekonomi keluarga.....	36
4.1.5 Kegigihan dalam menghadapi musibah .....	51
4.1.6 Instagram sebagai media edukasi.....	56
4.2 Pembahasan .....	56

BAB V.....	65
PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2    Saran.....	65
5.2.1 Secara akademis.....	65
5.2.2 Secara praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67

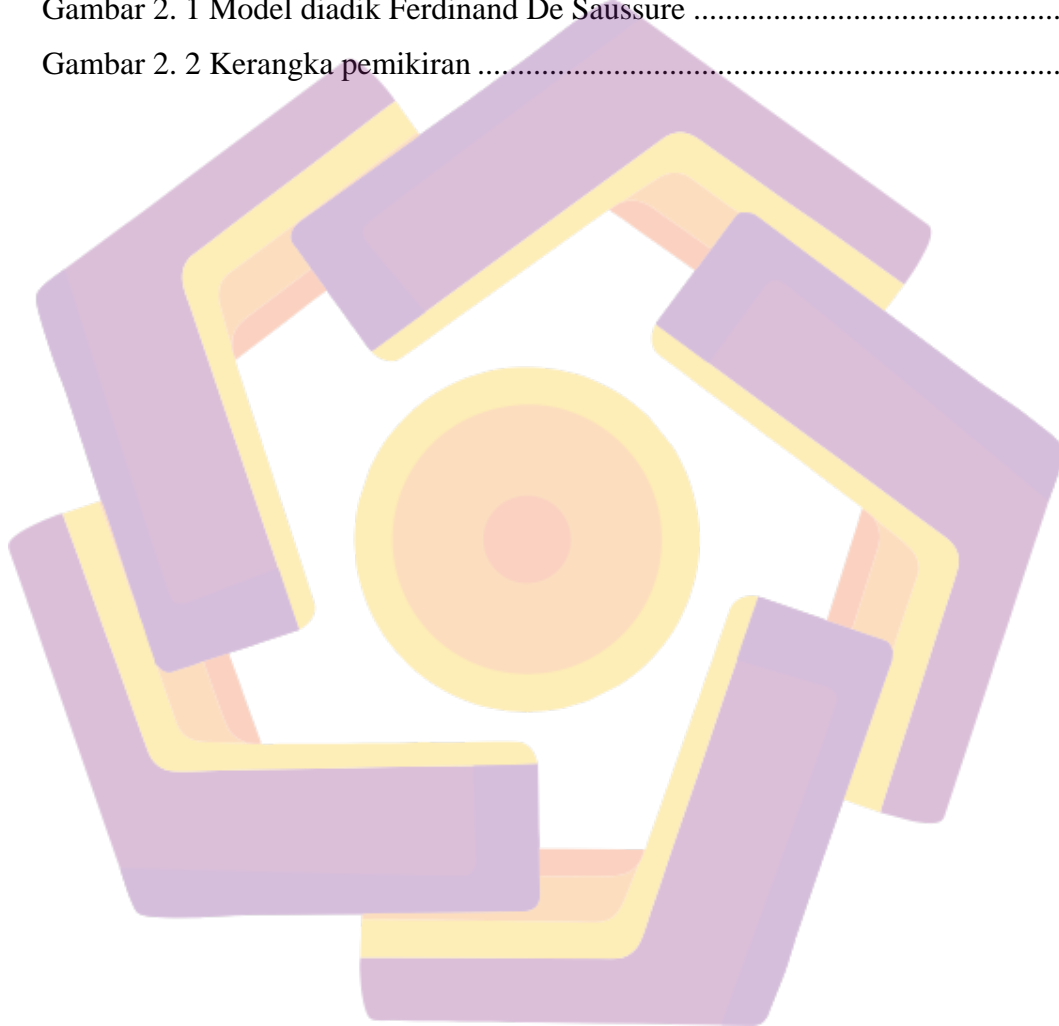


## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakter dalam iklan .....	28
Tabel 4. 2 <i>scene 1 shot 1</i> Otog menyisir rambut .....	29
Tabel 4. 3 <i>scene 2 shot 2</i> Otog di teras rumah .....	30
Tabel 4. 4 <i>Scene 2 shot 2</i> Sepasang sepatu Otog .....	32
Tabel 4. 5 <i>Scene 3 shot 1</i> Otog memperhatikan penjelasan teman .....	33
Tabel 4. 6 <i>Scene 3 shot 2</i> Otog mengambil pena yang terjatuh .....	34
Tabel 4. 7 <i>Scene 3 shot 3</i> Pipi merah Otog .....	35
Tabel 4. 8 <i>Scene 4 shot 2</i> Bapak Otog memasuki kandang.....	36
Tabel 4. 9 <i>Scene 7 shot 1</i> Bapak Otog mengecek telur bebek .....	37
Tabel 4. 10 <i>Scene 8 shot 1</i> Keberhasilan keluarga.....	38
Tabel 4. 11 <i>Scene 9 shot 1</i> Bapak dan ibu Otog melayani pelanggan.....	39
Tabel 4. 12 <i>Scene 10 shot 1</i> Pelanggan merayakan ulang tahun.....	40
Tabel 4. 13 <i>Scene 11 shot 1</i> Melayani pelanggan hingga malam hari .....	41
Tabel 4. 14 <i>Scene 19 shot 1</i> Api tungku menyala .....	42
Tabel 4. 15 <i>Scene 19 shot 2</i> Menggoreng bebek.....	43
Tabel 4. 16 <i>Scene 19 shot 3</i> Bebek goreng matang .....	44
Tabel 4. 17 <i>Scene 19 shot 4</i> Orang tua menyaksikan anaknya .....	45
Tabel 4. 18 <i>Scene 19 shot 5</i> Otog menggoreng bebek .....	46
Tabel 4. 19 <i>Scene 20 shot 1</i> Pesanan masuk .....	47
Tabel 4. 20 <i>Scene 22 shot 1</i> Pesanan <i>online</i> bebek goreng .....	48
Tabel 4. 21 <i>Scene 24 shot 1</i> Hasil kerja keras Otog.....	49
Tabel 4. 22 <i>Scene 5 shot 1</i> Kalender sebagai saksi kegagalan.....	51
Tabel 4. 23 <i>Scene 6 shot 1</i> Papan penunjuk awal kegagalan .....	52
Tabel 4. 24 <i>Scene 12 shot 1</i> Peta ancaman.....	53
Tabel 4. 25 <i>Scene 13 shot 1</i> Warung bebek goreng sepi.....	54
Tabel 4. 26 <i>Scene 13 shot 5</i> Otog iba terhadap bapak.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet Indonesia 2021 .....	1
Gambar 1. 2 Data pengguna Instagram secara gender dan usia.....	2
Gambar 1. 3 Cuplikan video iklan Gojek versi Ototog inspiratif sekali .....	3
Gambar 1. 4 Data transportasi <i>online</i> 2022.....	3
Gambar 2. 1 Model diadik Ferdinand De Saussure .....	16
Gambar 2. 2 Kerangka pemikiran .....	21



## INTISARI

Kegigihan merupakan semangat mencapai keinginannya dan konsisten terhadap pilihannya. Isu yang ada saat ini banyak orang yang mudah putus asa karena pandemi covid 19, maka dengan itu peneliti ingin memotivasi agar lebih semangat, ingat kepada tuhan, dan percaya diri dalam menghadapi rintangan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Data yang terdapat dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif ditafsirkan dengan sumber referensi ilmiah. Dalam penelitian yang dilakukan kurang lebih 3 bulan yang diawali dengan observasi untuk menentukan masalah, peneliti menemukan keunikan dan permasalahan pada iklan Gojek versi Otot inspiratif sekali. Penelitian ini akan dibedah menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure memiliki model diadik *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Kemudian peneliti dapat merepresentasikan kegigihan dari iklan Gojek versi ini, dengan teori representasi Stuart Hall dengan pendekatan konstruktif semiotika. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktif. Dari hasil analisis yang dilakukan dalam iklan tersebut adalah menemukan representasi kegigihan. Makna – makna yang terdapat dalam iklan tersebut dapat kita lihat di *scene* akhir dari iklan Gojek tersebut. Menemukan tiga representasi kegigihan yaitu representasi kegigihan dalam menuntut ilmu, representasi kegigihan dalam mempertahankan ekonomi keluarga, dan representasi kegigihan dalam menghadapi musibah.

Kata kunci: Representasi, Semiotika, kegigihan, iklan Gojek

## ABSTRACT

*Persistence is the spirit of achieving his desires and being consistent with his choices. The current issue is that many people are easily discouraged because of the Covid 19 pandemic, so with that the researcher wants to motivate them to be more enthusiastic, remember God, and be confident in facing obstacles . This research uses a type of qualitative research with a descriptive nature. The data contained in this study is descriptive qualitative in nature interpreted with scientific reference sources. In a study that was conducted for approximately 3 months, which began with observations to determine the problem, the researchers found the uniqueness and problems in the Otog version of the Gojek advertisement to be very inspiring. This research will be dissected using Ferdinand De Saussure's semiotic analysis which has dyadic signifier and signified models. Then the researcher can represent the persistence of this version of Gojek advertisements, with Stuart Hall's representation theory with a semiotic constructive approach. The paradigm used in this study is the constructive paradigm. From the results of the analysis carried out in the ad is to find a representation of persistence. The conclusion of this study is that this ad tells a story of a family that needs to be emulated. We can see the meanings contained in the ad in the final scene of the Gojek ad. Finding three representations of persistence, namely persistence in studying knowledge, persistence in maintaining the family economy, and persistence in dealing with adversity.*

*Keywords: Representation, Semiotics, persistence, Gojek advertising*